

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра технологий коммуникации

КУЗЬМИНСКИЙ
Арсений Тимурович

КИНЕМАТОГРАФ КАК РЕСУРС ГЕОБРЕНДИНГА

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат
социологических наук,
доцент
Е. В. Лебедева

Допущен к защите

« ___ » _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Полный объем дипломной работы составляет 69 страниц. Библиографический список включает 40 наименований.

КИНОИНДУСТРИЯ, PR- И РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КИНОИНДУСТРИИ, ГЕОБРЕНДИНГ, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ, РЕСУРСЫ ГЕОБРЕНДИНГА, ТУРИЗМ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОДВИЖЕНИЯ ГЕОБРЕНДОВ НА РЫНКЕ

Объектом исследования является геобрендинг как инструмент продвижения территорий.

Предметом выступает кинематограф как ресурс геобрендинга.

Цель работы – изучение возможностей кинематографа в построении территориального бренда, анализ имеющихся примеров территориального брендинга.

Методами выступили основные положения и принципы методов научного обобщения и анализа научных данных, специальные методы (аналогия, классификация, индукция, дедукция, сравнение), а также специальные социологические методы (swot-анализ и контент-анализ).

Полученные результаты и их новизна: раскрыт потенциал такого направления продвижения государства на мировой арене как геобрендинг; изучены имеющиеся в государстве ресурсы для продвижения территорий в кинематографе; проведен сравнительный анализ применяемых маркетинговых и рекламных технологий продвижения кинопродукции в нашей стране и за рубежом; произведена оптимизация возможностей белорусского кинематографа как ресурса геобрендинга.

Новизна работы заключена в раскрытии возможностей территорий Республики Беларусь и последующем их геобрендинге для продвижения на рынке путем интеграции в кинематограф.

Результаты дипломного исследования имеют практическую значимость. Они могут быть использованы в работе PR и рекламных специалистов в области кино, создателями кинопродукции, маркетологами, а также преподавателями, аспирантами, магистрантами и студентами, изучающими связи с общественностью, рекламные коммуникации, связанные с киноиндустрией.

Автор работы подтверждает достоверность материалов и результатов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Кузьминский А. Т.

РЕФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

Поўны аб'ём дыпломнай працы складае 69 старонак. Бібліяграфічны спіс ўключае 40 найменняў.

КІНАІНДУСТРЫЯ, PR- І РЭКЛАМНЫЕ ТЭХНАЛОГІІ Ў КІНАІНДУСТРЫЦ, ГЕАБРЭНДЫНГ, ТЭРЫТАРЫЯЛЬНЫ МАРКЕТЫНГ, РЭСУРСЫ ГЕАБРЭНДЫНГА, ТУРЫЗМ, ЭФЕКТЫЎНАСЦЬ ПРАСОЎВАННЯ ГЕАБРЕНДАЎ НА РЫНКУ

Аб'ектам даследавання з'яўляецца геабрэндынг як інструмент прасоўвання тэрыторый.

Прадметам выступае кінематограф як рэсурс геабрэндынга.

Мэта работы – вывучэнне магчымасцяў кінематографа ў пабудове тэрытарыяльнага брэнда, аналіз наяўных прыкладаў тэрытарыяльнага брэндавання.

Метадамі выступілі асноўныя палажэнні і прынцыпы метадаў навуковага абагульнення і аналізу навуковых дадзеных, спецыяльныя метады (аналогія, класіфікацыя, індукцыя, дэдукцыя, параўнанне), а таксама спецыяльныя сацыялагічныя метады (swot-аналіз і кантэнт-аналіз).

Атрыманыя вынікі і іх навізна: раскрыты патэнцыял такога напрамку прасоўвання дзяржавы на сусветнай арэне як геабрэндынг; вывучаны існуючыя ў дзяржаве рэсурсы для прасоўвання тэрыторый у кінематографе; праведзены параўнальны аналіз ўжываючыхся маркетывагаў і рэкламных тэхналогій прасоўвання кінапрадукцыі ў нашай краіне і за мяжой; праведзена аптымізацыя магчымасцяў беларускага кінематографа як рэсурсу геабрэндынга.

Навізна працы складзена ў раскрыцці магчымасцяў тэрыторый Рэспублікі Беларусь і наступным іх геабрэндаванні для прасоўвання на рынку шляхам інтэграцыі ў кінематограф.

Вынікі дыпломнага даследавання маюць практычную значнасць. Яны могуць быць выкарыстаны ў працы PR і рэкламных спецыялістаў у галіне кіно, стваральнікамі кінапрадукцыі, маркетологамі, а таксама выкладчыкамі, аспірантамі, магістрантамі і студэнтамі, якія вывучаюць сувязі з грамадскасцю, рэкламныя камунікацыі, звязаныя з кінаіндустріяй.

Аўтар працы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Кузьмінскі А. Т.

SUMMARY OF THE DIPLOMA THESIS

The total volume of the thesis is 69 pages. Bibliographic list includes 40 names.

FILM INDUSTRY, PR- AND ADVERTISING TECHNOLOGIES IN THE FILM INDUSTRY, GEOBRANDING, TERRITORIAL MARKETING, GEOBRANDING RESOURCES, TOURISM, EFFECTIVE GEOBREND MARKET PROMOTION

The object of the research is as a tool to promote territories.

The subject of the research is film industry as a geobranding resource.

The purpose of work is to study opportunities in the cinema building territorial brand and the analysis of existing examples of territorial branding.

The methods were the main provisions and principles of the methods of scientific generalization and analysis of scientific data, special methods (analogy, classification, induction, deduction, comparison), as well as special sociological methods (swot-analysis and content analysis).

The results and their novelty: the potential of geobranding advancement direction of the state on the international arena was revealed; resources that was available in the state to promote the territories in the film were studied; a comparative analysis of applied marketing and advertising technologies to promote film production in our country and abroad was made; a special optimization of capacity of the Belarusian cinema as a resource of geobranding has been made.

The novelty of the work lies in discovering the possibilities of the Republic of Belarus and their subsequent geobranding to promote on the market through the integration into the film industry.

The results of the diploma studies have practical significance. They can be used in the work of PR and advertising professionals in the field of cinema, the creators of the film production, marketing, and also by graduate students, undergraduates and students of public relations, advertising communication related to the film industry.

Author confirms the authenticity of the materials and the results of the thesis, as well as the independence of its implementation.

Kuzminsky A. T.
